# जनसंचार माध्यामों के विज्ञापन में हिंदी

**डॉ. संतोष रामचंद्र आडे**

संत रामदास कला,वाणिज्य एवं विज्ञान महाविद्यालय,

घनसावंगी जि. जालना ४३१२०९

Mail :- adesr08@gmail.com

जनसंचार माध्यमों में हिंदी ने एक ओर हिंदी को न जाने कितने व्यापक भू-भाग तक फैलाया है तो दूसरी ओर हिंदी भाषा की संरचना और प्रयुक्ति में कई करवटे उपस्थित की हैं। संचार माध्यमों की हिंदी न तो सामान्य बोलचाल की हिंदी है और न सृजनात्मक स्तर पर उपयोग में आनेवाली काव्य भाषा है। वह निजी और सार्वजनिक उपक्रमों में प्रयुक्त होने वाली शुष्क राजभाषा भी नहीं है। संचार माध्यमों की हिंदी अपने माध्यम विशेष के प्रति ईमानदार भाषा है। यही कारण है कि जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में भाषा का प्रयोग करते समय प्रयोक्ता को इस बात का ध्यान रखना होता है कि उसे किस माध्यम के लिए भाषिक संप्रेषण का लक्ष्य प्राप्त करना है। निश्चय ही रेडियों की हिंदी और पत्रकारिता की हिंदी में अंतर है। विज्ञापन की हिंदी और पत्रकारिता की हिंदी में अंतर है।

जब कोई भी यंत्र जो संदेश को बढाता है तथा एक बहुत बड़े मिश्रित जन-समूह को पहुँचाता है, उसे जनसंचार (Mass Communication) कहते है। जन संचार के मुख्य दो माध्यम माने जाते है। १ मुद्रित माध्यम २ इलेक्ट्रॉनिक माध्यम । जन संचार के अनेक उपकरण है। जिनमें प्रमुख रुप से समाचार पत्र-पत्रिकाएँ, रेडिओ और दूरदर्शन, पोस्टर, कम्पूटर, इंटरनेट आदि आते है।

जनसंचार माध्यामों में हिंदी ने एक ओर हिंदी को न जाने कितने व्यापक भू-भाग तक फैलाया है, तो दूसरी ओर हिंदी भाषा की संरचना और प्रयूक्ति में कई करवटें उपस्थित की है। संचार माध्यामों की हिंदी न तो सामान्य बोलचाल की हिंदी है और न सृजनात्मक स्तर पर उपयोग में आनेवाली काव्य भाषा है। वह निजी और सार्वजनिक उपक्रमों में प्रयुक्त होने वाली शुष्क राजभाषा भी नहीं है। संचार माध्यामों की हिंदी अपने माध्यम विशेष के प्रति ईमानदार भाषा है। यही कारण है कि जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में भाषा का प्रयोग करते समय प्रयोक्ता को इस बात का ध्यान रखना होता है कि उसे किसी माध्यम के लिए भाषिक संप्रेषन का लक्ष्य प्राप्त करना हैं। निश्चय ही रेडियों की हिंदी और पत्रकारिता की हिंदी में अंतर है। विज्ञापन की हिंदी और पत्रकारिता की हिंदी में अंतर है। सडको पर नजर आनेवाले पोस्टरों के विज्ञापन ओर आकाशवाणी के विज्ञापन में अंतर है। कम्पूटर और माईक्रोचिप्स के इस दौर में जनसंचार माध्यमों की भाषा के रुप में हिंदी ने अपने

बहुआयामी सामर्थ्य को विभिन्न स्तरों पर इंगित किया है। यही कारण है कि भाषिय मौलिकता और प्रयुक्ति के स्तर पर जनसंचार माध्यमों में हिंदी की असीम  संभावनाएॅ है।

जनसंचार में सामान्य भाषा का ही प्रयोग होता है। संचार आज की एक सहज प्रवृति है। समस्त प्राणीजगत संचार की लम्बी नैसर्गिक श्रृंखला से आबध्द है। आज जनसंचार के जितने माध्यम है। सब में कुछ न कुछ भेद है। एक दूसरे पर निर्भर रहने वाले लोग भी है। कोई समाचार पढ़ना पंसद करते है तो कोई दूरदर्शन से समाचार देखना सुनना पसंद करते है। साधनों की उपलबध्दता के कारण भिन्न-भिन्न रूचिया एवं शैलिया है। आज "मिडिया मिक्स" अथवा 'माध्यम समिश्रण' का जनसंचार का एक महत्वपूर्ण अंग बन गया है।

संचार माध्यमों की हिंदी आज कई भाषाओं के प्रभाव से प्रभावित है। विशुध्द हिंदी ही बहुत कम माध्यमों में है। दृश्य एवं श्राव्य माध्यमों में हिंदी की विकास यात्रा बडी लम्बी हैं। हिंदी के इस देश में जहॉ की जनता गाँव में बसती है, हिंदी ही अंधिकाश लोग बालते और समझते है। इन माध्यमों से हिंदी विकसित एवं प्रचलित हुई है। ध्वनि संरचना, शब्द संरचना, में उपसर्ग पत्यय, सन्धि-समास, पद-संरचना, वाक्य संरचना आदि में मानक प्रयोग और कुछ परिचित प्रयोग इन दृश्यों तथा माध्यमों में है।

मुख्य रुप से हिंदी जनसंचार का माध्यम बनी, वह सिलसिलेवार रुप में भारतेंदुकाल से निखरती आयी है। भारतेंदु के नाटकों में जो हिंदी खडी बोली के रुप में ब्रज-अवधी की छाया को लेकर चली, उसी का परिनिष्ठित-रुप काव्य की सभी विधाओं में परवर्ती काल में प्रयुक्त हुआ है। श्राव्य माध्यम जो अतिप्राचीन था, यह संस्कृत भाषा में रुपकों एवं उपरूपकों के भेदाभेद में वर्णित हुआ है। पुनः इसी पध्दतिपर कुछ अनूदित होकर विभिन्न भाषाओं में श्राव्य-माध्यम एवं नाटक आदि के रुपों में सामने आया है।

संचार माध्यमों में जो मुख्य दृश्य एवं श्राव्य माध्यम है, इनमें भाषागत अंतरंगता, बहुरुपता और बहुआयामिता है। इन माध्यमों में भषा-प्रयुक्ति का विशेष स्थान है। संचार तथा जनसंचार के साधन सामाजिक परिवर्तन लाने के लिए अत्याधिक महत्वपूर्ण है। इस यांत्रिक एवं वैज्ञानिक युग में विकसित आधुनिकता ने समय एवं दूरी को लेकर अंतरिक्ष में भी नया स्वरुप विकसित कर लिया है। आज कोई  भी व्यक्ति अपने कक्ष में  बैठे-बैठे  दूर की ध्वनि ही नही सुन सकता बल्कि उसका चित्र भी उसकी बोली के साथ दृश्य माध्यम का दूरदर्शन में देख भी सकता है।

आज तो भाषा की स्थिति इन दृश्य-श्रव्य माध्यामों में यह हो गयी है कि कई कारणों से इसमें विकृति आ गयी है। यही सोच, व्यासायिक लाभ की इच्छा आयोग्यता हिंदी, अंग्रेजी जैसे कारणों से दूरदर्शन के अनेकानेक कार्यक्रमों में प्रयोजक तथा निजी प्रसारणकर्ता  हिंदी या अंग्रेजी एवं अन्य भाषाओं के घालमेंल कर

भाषा का रुप विकृत कर रहे है। विज्ञापन के क्षेत्र में नित नूतन प्रयोग उभरकर हमारे सामने आ रहे हे। निश्चय की विज्ञापन के क्षेत्र में प्रयूक्त होने वाली हिंदी भाषाविज्ञान की दृष्टि में खरी उतरे या नहीं, लेकिन प्रयोग में तो इसका स्वरुप, भाषागत वैचित्र्य को रोज देखा जा रहा है। हिंदी आज भीतरी तथा बाहरी आवश्यकताओं के अनुरुप एक नवल रुप में ही प्रयुक्त हो रही है। विज्ञापनों की भाषा बड़ी आकर्षक ओर अंलकृत होती है। आज हिंदी की अनेक दैनिक, पाक्षिक, मासिक, अर्धवार्षिक पुस्तके है, जहाँ विज्ञापनी हिंदी के नए प्रयोंग हम देख रहे है।

हिंदी विज्ञापनो के हिंदी शब्दों का चयन, वाक्य गठन, सादृश्य- विचलन, समानांतरता आदि का महत्वपूण स्थान है। विज्ञापन की भाषा स्वस्थ, मनोहारी, आकर्षक, सरस, सुंदर लाच्छेदार, लुभावनी होनी चाहिए और इस दिशा मे हिंदी समर्थ हुई है। हिंदी विज्ञापनों में हिंदी का स्थानीय रुप विकसित हुआ है। विज्ञापन में हिंदी का व्याकरणिक संकलन भी हुआ है। विदेशी शब्दों के मेंल से बने श्ब्द प्रयोग हिंदी में आज बहुत है। विज्ञापन विभिन वाक्य संगठनों से किया जाता है। सरल वाक्य, मिश्र वाक्य, संयुक्त वाक्यों का हिंदी विज्ञापन में प्रयोग प्रभावकारी होता है। विज्ञापनों में अलंकारों का प्रयोग जान डालता है। वस्तु या चरित्र के स्वरुप को प्रकट करने में, विरोध व्यक्त करने में, निन्दा या प्रशंसा में, भाव छिपाकर व्यंग में कुछ कहना चाहते है तो कथन में अलंकारों का प्रयोग चार चाँद लगा देता है।

इंटरनेट की तकनीकी शब्दावली में हेर-फेर की जरुरत नहीं है। अतः अनुवाद भले कर ले लेकिन वे ही शब्द प्रयुक्त करे जो बेहत्तर है, जो कम्पूटर की शब्दावली है। कम्पूटर की मशीनी भाषा अलग-अलग कम्पूटर में अलग-अलग होती है। हमारी भाषा एवं कम्पूटर की भाषा निकट लाने के लिए साधन की व्यवस्था संग्राहक के रुप में है। यह भाषाई सूचनाओं को मशीनी भाषा की सूचनाओ में परिवर्तित कर देता है। हिंदी के महत्व को प्रगति और विस्तार देने की दिशा में जिन नये प्रयोजन का उदय पिछले सौ वर्षो में हुआ है, उनमें जनसंचार माध्यमों की विशिष्ट भूमिका है। नये पुराने संचार माध्यमों की अभिव्यक्ति क्षमता को हिंदी ने अनेकायामी कौशल प्रदान किए है। संचार माध्यामों के संप्रेषण साधन के रुप में हिंदी की बहुआयामी दिशाओं और संभावनाओं का अनुशीलन अपने आप में एक चुनौती है।

जनसंचार माध्यमों में सबसे पहले पत्रकारिता की बात करे तो उसमें भाषा का जीवंत रुप मिलाता, जो बिलकुल नया, प्रयोगशील और सुसंस्कृतिक वैविध्य का समन्वय है। आज की हिंदी पत्रकारिता महज समाचार और विचार बाटने का उपक्रम नहीं रही है, पर उसमें सोच और व्यवहार को दिशा देने का संकल्प भी मौजूद है। इसी संकल्प के अनुरूप पत्रकारिता में हिंदी भाषा का बदलता हुआ चेहरा आर्कर्षित और आश्वस्त करता है। इन सूसचना माध्यमों में होनेवाली भाषीक करवटों संकेत मिलता है, कि हिंदी भाषा की संरचना

और क्षमता में लगातार बदलाव आया है। यह बदलाव एक तरह से देखे तो हिंदी भाषी समाज के जागरण का प्रतिफल है, तो दूसरी और नए जनसंचार माध्यमों की तेज रफ्तार का परिणाम भी है। जनरूचि को लक्ष्य बनाकर चलती, बनती, संवरति हिंदी भाषा संचार माध्यमों के प्रतिस्पर्धी संसार में पत्रकारिता को व्यावहारिकाता, प्रयोजतिकता और विविधता जैसे नए अनुभव लगातार दे रही है।

टेलीविजन की बात करे तो दृश्य-श्राव्य माध्यमों का सबसे सशक्त और लोकप्रिय संसाधन बन चुका है। टेलीविजन को साथ हिंदी भाषा का रिश्ता प्रारंभ से ही रहा है। टेलीविजन के साथ हिंदी भाषा की यह संबंध दो रूपों में देखा जा सकता है। वास्तव में जनसंचार के इस माध्यम ने आज लोगों को अपनी ओर इतना आकृष्ट कर दिया है, कि सभी किसी न किसी रूप में इससे जुड़ना चाहते है। वास्तव में कहे तो हिंदी साहित्य की रचनाशीलता को दूरदर्शन ने अपनी विशिष्ट दृश्य-श्राव्य गुणों की अर्हताओं के अनुरूप कई विधाओं और संरचना दृष्टियों को उपहार है। निश्चित ही अन्य भाषा का मिश्रण हिंदी भाषा के लिए शुभ नहीं है, लेकिन टेलीविजन के विविध चैनलों पर हिंदी भाषा के बढ़ते पयोग से यह सिध्द हुआ हैं कि देशी-विदेशी सभी प्रसारण संस्थाओं की निगाह में इस देश की आम जनता तक पहुॅचने के लिए हिंदी भाषा का कोई दूसरा विकल्प नहीं है।

इस प्रकार जनसंचार के विकास में कई पयोजनिक माध्यमों को अपनाया गया हैं। इनमें पत्रकारिता, रेडियो, टेलीविजन, कम्पूटर आदि जनसंचार के प्रमुख माध्यम है। इन सभी माध्यमों ने खुलकर हिंदी भाषा का जो प्रयोग किया है। आज हिंदी भाषा का जो व्यवस्थित रूप हमें देखने को मिलता है, उसमें प्रारंभ में विविध कठनाईयों का सामना करना पड़ा, लेकिन उसके विकास की गति बड़ी तीव्रता से आगे बढ़ी परिणाम स्वरूप प्रचार प्रसार भी बढ़ा। तभी आज ऐसा लगता है, कि हिंदी भाषा विश्व की भाषा बन जाएगी और आज वह विश्व की तीसरे नंबर की भाषा बन गई है। इन प्रयुक्तियों से जनसंचार की भाषा हिंदी के रूप में सहजता और संक्षिप्तता, प्रभावशाली भाषा प्रवाह, तकनीकि शब्दावली, संक्षिप्तिकरण का व्यापक प्रयोग और पंक्ति प्रारंभ करने की निर्धारित अभिव्याक्तियों से हिंदी भाषा की रचनाशिलता और उसकी विविधता स्पष्ट होती हैं।

**निष्कर्ष :-**

जनसंचार एक व्यापक अवधारण है, जो आज के युग में एक प्रभावशाली प्रोद्योगिकी बनकर उभरी है। इस प्रोद्योगिकी ने हमारी समुची दुनिया को ही बदलकर रख दिया है। लेकिन जनसंचार के मूल में संचार कार्यरत है, क्यांकि संचार जीवन के लिए बहुत आवश्यक है। इसके बिना हम रह नही सकते है। मानव अपनी

जाग्रतावस्था में लगभग सत्तर प्रतिशत हिस्सा संचार करने में अर्थात बोलने, सुनने, सोचने, पढ़ने, देखने, लिखने या विचार विर्मश करने में लगाता है। यदि हम यह कहे कि संचार जीवन का पर्याय है, तो अतिशयोक्ति नहीं होगी।

जनसंचार की अवधारणा वास्तव में आधुनिक युग की देन है। वर्तमान औद्योगिक एवं तकनीकी विकास ने इसे सुध्दृढ़ आधार प्रदान किया है। पहले के समय मे लोग छोटे-छोटे समुह में रहते थे, तब आमने-सामने के संपर्क जुड़े रहते थे। लेकिन आज समय बदल गया है, लाखों और करोड़ों लोगों के पास एक साथ तथा त्वरित गति सूचना-समाचार जनसंचार माध्यमों की सहायता से पहुँच जाते है। इन माध्यमों ने लोगों में घनिष्ठता और एकता लाने के साथ उनकी दूरियों को मिटा दिया है। वर्तमान समय की विषम परिस्थियों में देश को आगे बढ़ाने, धमनिरपेक्ष भावनाओं को बलवान बनाने, समाज के विभिन्न वर्गो को एक-दूसरे के समीप लाने तथा शिक्षा का प्रचार-प्रसार बढ़ने का कार्य जनसंचार ही करता है और करता रहेगा। इस तरह देखे, तो आज जनसंचार माध्यम और हिंदी दोनों साथ-साथ हो चले हैं। इन माध्यमों के द्वारा निरंतर हिंदी भाषा का प्रचार-प्रसार हो रहा है, जो इसके पूरक के रूप में प्रतिष्ठित हुआ हैं। आज विविध क्षेत्रों में हिंदी भाषा का प्रयोग होता है, क्योंकि व्यक्ति उसे जल्द ही समझ लेते है। दिन-प्रतिदिन हिंदी भाषा के बढ़ते प्रयोग के कारण आज हिंदी का व्यापक रूप भी देखा जा सकता है।

इन दिनों जो समूचे विश्व में सूचना एवं संचार प्रसारण माध्यमों द्वारा जो सामाजिक बदलाव की भूमिका की जमीन तैयार हो रही है वह असल में एक नये समाज की सरचना की नई धारणाओं को जन्म दे रही है। आज समूचा विश्व परिदृश्य एक नई सामाजिक परिकल्पना की तलाश में दिखाई देता है तथा अब प्रश्न यह भी होता है कि इन बदलते नैतिक मूल्यों की किस नई परिभाषा को यह जनसंचार माध्यम जन्म दे रहे है ? क्योंकि आज हम देखते है, कि समूचे विश्व परिदृश्य में मीडिया की भूमिका अति महत्वपूर्ण तथा संभावनाओ से भरी हुई है।

**संदर्भ :-**


१ प्रयोजनमूलक हिंदी: स्वरुप और संरचना, रवि प्रकाश गुप्त, पृ. १५

२ प्रयोजनमूलक हिंदी: वैज्ञानिक और तकनीकी भाषा स्वरुप, जसपाल चौहान

३ पत्र-पत्रिकाओं द्वारा हिंदी भाषा का स्वरुप परिवर्तन, सतीश शर्मा, पृ.८०

४ संचार और संचार माध्यम, डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, पृ. ३५,३८

५ दूरसंचार नई दिशाएँ, डॉ. सी. एल. गर्ग, पृ. ११

६ दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी, डी. डी. ओझा, पृ.२५

७ पत्रकारितां एवं संपादन कला, एन. सी. पंत, पृ. १८८

८ मीडिया लेखन, समित मोहन, पृ. १०१

९ इंटरनेट की हिंदी वेब साइट से प्राप्त

१० दैनिक लोकमत समाचार

**डॉ. संतोष रामचंद्र आडे**

संत रामदास कला,वाणिज्य एवं विज्ञान महाविद्यालय,

घनसावंगी जि. जालना ४३१२०९

Mail :- adesr08@gmail.com